

Encuadres noticiosos en la cobertura de primeras damas: aportes teóricos y metodológicos

News frames in the coverage of first ladies: theoretical and methodological contributions

Quadros de notícias na cobertura de primeiras-damas: contribuições teóricas e metodológicas

Edrei Álvarez-Monsiváis³³

Resumen

El trabajo presenta una propuesta teórico-metodológica con base en seis encuadres noticiosos para el análisis del tratamiento informativo hacia primeras damas. Se concluye que los medios están en una disyuntiva entre abordarlas tradicionalmente en su papel de mujer o a través de su figura política.

Palabras clave

Encuadres noticiosos, primeras damas, comunicación política, modelo del encuadre noticioso

Abstract

This study presents a theoretical-methodological proposal based on six news frames for the analysis of the informative treatment towards first ladies. It is concluded that the media are in a dilemma between cover them in their role as women or through

³³ Edrei Álvarez-Monsiváis (México). edrei.alvarez@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2779-2012> Cursa el Doctorado en Estudios Humanísticos en el Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey (ITESM). Es maestro en Estudios Humanísticos (2016) y Licenciado en Periodismo y Medios de Información (2014) por la misma institución. Además, cuenta con estudios en el Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Sus trabajos están relacionados en el campo de la comunicación política, principalmente en el tratamiento informativo hacia mujeres políticas.

their political figure.

Keywords

News frames, first ladies, political communication, framing.

Resumo

O artigo apresenta uma proposta teórico e metodológica baseada em seis quadros de notícias para a análise do tratamento informativo para as primeiras-damas. A conclusão é que os meios de comunicação estão em um dilema entre cobrir as primeiras-damas em seu papel de mulheres ou através de sua figura política.

Palavras chave

Quadros de notícias, primeiras-damas, comunicação política, enquadramento

1. Introducción

Rosebush (1988) indica que el término **Primera Dama** fue utilizado por primera vez por la periodista Mary Clemmer Ammes, en 1877, en referencia a Lucy Webb Hayes. Sin embargo, el término ha resultado más protocolar que oficial ya que sus funciones son indeterminadas, de tal manera que “una primera dama está disponible para escribir su propia descripción del trabajo”. (p.16).

No obstante, de lo que sí hay razón es que se trata de una posición que exhibe en la arena pública lo que Goffman (1979) señala como demostraciones de género, es decir, manifestaciones femeninas que se traducen en abrazar a ciudadanos, permanecer en bajo perfil, obedecer órdenes ejecutivas y demostrar su rol materno. De este modo, las actitudes de las cónyuges presidenciales estarán influenciadas por los roles actuales que debe cumplir una mujer en la sociedad.

Dichos papeles tienen que ver con el *ser para otros* que se espera de las mujeres, lo cual las vincula con actividades caritativas y familiares. En ese sentido, las primeras damas de algunos países latinoamericanos han accedido a realizar proyectos de apoyo a la niñez y la familia, como son los casos de Ecuador con el Instituto Nacional de la Niñez y Familia, Guatemala a través de la Secretaria de Obras Sociales de la Esposa del Presidente (SOSEP), México por medio de la dirección del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (SNDIF) y la Fundación por los Niños del Perú.

En el caso de Chile, se ocupan de tópicos relacionados con la cultura, en tanto que son encargadas de la Dirección del Área Sociocultural de la Presidencia. Países como Costa Rica, Ecuador y Panamá no tienen funciones específicas, pero

sí ocupan una oficina en Presidencia para los fines que persiga la cónyuge en turno. República Dominicana y Paraguay son los únicos países latinoamericanos que por decreto han hecho de la figura conyugal presidencial un cargo oficial, a través de un despacho u oficina con una partida presupuestal que incluye honorarios y fondos para proyectos.

En los demás países latinos, se trata de un cargo protocolar que puede o no generar proyectos. Así, es recurrente ver la imagen de una primera dama en visitas de Estado y su asistencia en cumbres. Un ejemplo palpable es la cumbre del G20, en la cual participan Argentina, Brasil y México, donde se ha hecho habitual reunir a las parejas de los mandatarios para realizar una fotografía oficial.

En este sentido, el interés por investigar el papel de las primeras damas adquiere importancia en tanto se trata de una figura mediáticamente expuesta a escrutinio, ya sea por dirigir un organismo como por acompañar a su esposo. De igual manera, estudiar la personalidad, funciones y espacios en los que se desenvuelve una primera dama permite analizar una de las narrativas de cómo debe ser el comportamiento de una mujer ejemplar en su país de origen.

En la tabla 1 se concentran las actuales primeras damas de 19 países latinoamericanos. Es posible reparar en que ellas tenían diferentes ocupaciones antes de llegar al puesto protocolar, desde la dedicación al hogar hasta puestos empresariales y políticos. Lo anterior ocurre porque no es un requisito poseer ciertas credenciales para desempeñar el puesto. Sin embargo, esta posición ha generado potenciales figuras políticas. En este escenario, las ex primeras damas Margarita Penón (1993) en Costa Rica, Mireya Moscoso (1999) en Panamá, Nora

Gúnera (1997) y Xiomara Castro (2013) en Honduras, Margarita Zavala en México (2018) y las guatemaltecas Patricia Escobar (2011) y Sandra Torres (2015, 2019) han buscado la presidencia de su país en al menos una ocasión. Este fenómeno político justifica la exploración de las cónyuges presidenciales, debido a que, durante su tiempo como primeras damas, pueden mostrarse aspiraciones por cargos políticos.

Tabla 1. Primeras damas en América Latina

País	Periodo	Primera Dama	Ocupación
Argentina	2015-	María Juliana Awada	Empresaria textil
Bolivia	2006-	Evaliz Morales Alvarado (hija)	Estudiante
Brasil	2018-	Michelle de Paula Firmo Reinaldo	Activismo religioso
Chile	2018-	María Cecilia Morel Montes	Trabajadora social
Colombia	2018-	María Juliana Ruíz Sandoval	Abogada
Costa Rica	2018-	Claudia Vanessa Dobles Camargo	Arquitecta
Ecuador	2017-	Rocío González Navas	Empresaria
El Salvador	2019-	Gabriela Rodríguez	Educadora
Guatemala	2016-	Hilda Patricia Marroquín Argueta	Ama de casa
Haití	2017-	Martine Marie Étienne Joseph	Ama de casa
Honduras	2014-	Ana Rosalinda García Carías	Abogada
México	2018-	Beatriz Gutiérrez Müller	Escritora
Nicaragua	2007-	Rosario María Murillo Zambrana	Política
Panamá	2019-	Yazmín Colón	Ama de casa
Paraguay	2018-	Silvana López Moreira Bo	Empresaria
Perú	2018-	Maribel Carmen Díaz Cabello	Maestra
Rep. Dominicana	2012-	Cándida Montilla Espinal	Psicóloga

Uruguay	2015-19	María Auxiliadora Delgado San Martín	Obrera
Venezuela	2013-	Cilia Adela Gavidia Flores	Política

Fuente: Elaboración propia

Nota: Se incluyen 19 países latinoamericanos independientes y con votación directa para el presidente de su país. Escenario hasta agosto de 2019.

En comunicación política, las investigaciones acerca de la representación de primeras damas concluyen en que se trata una figura estratégica para la imagen pública los presidentes. VanHorn (2010) afirma que los mandatarios utilizan a sus *sustitutos (surrogates)*, como lo son sus hijos o esposa, para incrementar su credibilidad y mostrar su lado humano. De esta manera, mientras que los jefes de Estado se encargan de asuntos gubernamentales, su familia muestra el entorno personal que lo rodea en orden de conocer sus atributos humanos.

El presente trabajo tiene la intención de ofrecer apuntes teóricos y metodológicos sobre el tratamiento informativo de primeras damas. Para ello, en primera instancia se presenta un modelo de encuadres noticiosos basado en la clasificación Winfield (1997), el cual es ampliado a través de investigaciones sobre cuáles son las funciones públicas que debe cumplir una cónyuge presidencial. Después, se exponen antecedentes de investigación sobre el tratamiento informativo de primeras damas y sus principales hallazgos.

Finalmente, de manera deductiva se propone un modelo metodológico que concilie criterios entre los trabajos expuestos y que funcione como piedra angular de análisis para estudios posteriores sobre el abordaje periodístico que reciben estas

figuras políticas.

2. Apuntes teóricos sobre los encuadres noticiosos en el tratamiento informativo de primeras damas

Betty Winfield (1997) encontró que la prensa suele definir a una Primera Dama en términos de lo que una mujer debe representar de acuerdo con las normas sociales. La investigadora elaboró cinco encuadres desde los cuáles es posible estudiar la cobertura mediática de la cónyuge del mandatario. Las clasificó en características *tradicionales* y *no tradicionales*. En las primeras, la mujer puede ser abordada como acompañante presidencial, lideresa de protocolos sociales y como caritativa. Mientras que en las *no tradicionales* ubica las situaciones en las que participan de manera más ejecutiva, bien sea como elaboradora de leyes o asesora política.

A continuación, se presentan estos cinco encuadres a los cuales se les añadió el encuadre de celebridad. Para ahondar en cada uno, se clasificó en ellos los trabajos teóricos que han abordado cuáles son las funciones que han desempeñado las primeras damas a lo largo de la historia.

1.1 Escolta presidencial

El primer encuadre, de acuerdo con Winfield (1997), se trata de aquel en el que la cobertura se centra en la actividad que la mujer realiza junto con su esposo, el cual puede ser mero acompañamiento, defensa de sus ideas o, como plantea Kellerman (1978), de *apoyo moral*.

Watson (1997) describe como una de las funciones de la Primera Dama el ser soporte de su marido de manera que construyan y representen el modelo ideal

de una *esposa, madre y compañera* ante el ojo público. Se trata, entonces, de una categoría donde no está marcada su individualidad, sino un paquete de la pareja presidencial.

Para Wekkin (2000), las primeras damas funcionan como meras *conscriptas* del cargo que ocupan, esto es, solo son presentadas ante el público como acompañantes, pero también realizan el papel de *escudo* de sus esposos, en tanto su posición es la de estar involucrada como una ayudante activa y velar por la seguridad de su esposo. Borrelli (2002) coincide con lo anterior al describir que realizan la función de protectora, la cual se hace evidente al preocuparse por la salud y bienestar del presidente y equilibrar el trabajo de este y su vida familiar.

De acuerdo con Winfield y Friedman (2003), durante las candidaturas presidenciales, las esposas funcionan como un brazo más para esparcir las propuestas. De esta manera, se pueden presentar como defensoras y abogadas cuando hablan en nombre de sus cónyuges, pero también realizan un sacrificio ya que estas deben abandonar proyectos profesionales y sus propias ideas políticas para centrarse en la campaña de su marido.

En el trabajo de Erickson y Thomson (2012) se explica que, así como tradicionalmente se le otorga la administración del hogar por ser mujer, una primera dama se encarga de administrar la credibilidad y reputación de esposo a través de seducir audiencias, promover la agenda política de su marido, acompañarlo a eventos, humanizarlo y dar la cara por este cuando sea necesario.

En la tabla 2 se encuentran englobadas las ocupaciones que antes de ser primeras damas tenían las esposas de 77 mandatarios desde el año 2000 en 19

países latinoamericanos. Debido a que las escoltas presidenciales representan su papel tradicional como *mujeres* (Widlak et al., 2016), el perfil que más empata con esta categoría es el de hogar y trabajos manuales (16%), el cual corresponde a la segunda ocupación más concurrida. De esta forma, las mujeres clasificadas en este encuadre tienen un bajo o un nulo perfil político y están proyectadas a través de sus cualidades de madres y amas de casa, solo que en esta ocasión realizan el papel de *madres de la nación*. (van Wyk, 2017).

2.2 Anfitriona de la nación

Si bien el rol de una Primera Dama no está definido legalmente, sí se alimenta de constructos sociales sobre el papel de la mujer en la casa. En ese sentido, como la anfitriona de una nación, las cónyuges presidenciales se encargan de atender la residencia presidencial así como de recibir y tener contacto con grandes mandatarios, funciones que desarrollan en su calidad de *azafatas sociales con presencia ceremonial*. (Gutin, 1989).

Algunos focos noticiosos por parte de los medios hacia este *rol ceremonial* son organizar cenas formales, recibir a los visitantes extranjeros, hacer llamadas sociales y entretener a los allegados del presidente. (O'Connor et al., 1996). El análisis histórico de Watson (1997) hacia las primeras damas estadounidenses concluyó en que, desde el siglo XIX, ellas han prestado su tiempo para velar por las funciones sociales y asuntos formales del Estado con tres características principales: exposición de una impecable imagen, pocas intervenciones políticas y un desenvolvimiento social ejemplar. En ese sentido, para el autor la cobertura hacia las anfitrionas nacionales se refleja en una información que las coloque como símbolos de la mujer

nacional y gerentes de la casa presidencial.

En esa línea, Borrelli (2002) afirma que la cónyuge presidencial se destaca como anfitriona de la nación en tanto este encuadre parece respaldar y fortalecer la tradición, lo cual la aleja de la toma de decisiones importantes y la relega a las funciones de un ama de llaves. Las recepciones, reuniones y cenas estatales, eventos de entretenimiento y culturales, selección de menús, preparación de planos de asientos y las decoraciones son los temas dentro de la oficina social de la Primera Dama.

Además de estas características, Winfield y Friedman (2003) aseguran que su rol protocolario incluye el ser una creadora de estilo, lo cual genera cobertura noticiosa hacia su apariencia física, a través del peinado, la postura y el vestuario. Para Beasley (2005), una primera dama que asentó su rol protocolario en mayor medida fue Jackie Kennedy ya que tenía organizado los eventos con mayor cautela sin depender de profesionales en imagen.

Una buena anfitriona nacional no solo es evidenciada a través de su planeación, sino también en la manera en la que atiende a sus invitados. Widlak et al. (2016) refieren así que los medios pueden llegar a encuadrarla como una buena madre, sonriente, paciente, cariñosa y empática que presta mayor atención a las personas que la rodean. En términos generales, este rol ceremonial tiene que ver con las funciones que la cónyuge presidencial realiza para dejar buena percepción en las visitas de Estado oficiales. (van Wyk, 2017).

Tabla 2. Ocupación que desempeñaban las primeras damas en América Latina al

adquirir el cargo (2000-2019)

Ocupación	f	%
Política y leyes	26	34
Hogar y trabajos manuales	12	16
Docencia, investigación y artes	10	13
Celebridades y medios de comunicación	9	12
Trabajo social, activismo y voluntariado	8	10
Administración y empresariado	7	9
Otros	5	6
	(n=77)	100%

Fuente: Elaboración propia

Nota: Se incluyen todas las primeras damas de mandatarios latinoamericanos que hayan durando al menos dos años en el cargo

Debido a que el papel es igual de tradicional que el de escolta presidencial, el perfil de las mujeres que encajan en esta categoría está relacionado con el hogar y trabajos manuales, pero con un cierto rol gerencial y administrativo. Del 2000 a la fecha, se han encontrado siete primeras damas que su principal ocupación estaba relacionada con puestos empresariales (9%), por lo que podrían ser susceptibles de este tipo de encuadre.

2.3 Altruista

En términos generales, las mujeres han sido las encargadas de tareas que tengan impregnadas el ser para otros, esta construcción cultural merma en las acciones que debe desempeñar la cónyuge del político más importante del país. Por

ello, algunas primeras damas optan por presidir organizaciones nacionales, internacionales, así como proyectos que tienen que ver con aspectos sociales. Para Watson (2000), estas funciones pertenecen a la descripción de una cónyuge presidencial que es *paladina y defensora de las causas sociales*.

Winfield y Friedman (2003) señalaron que las mujeres adquieren proyección mediática cuando presentan proyectos sobre alfabetización, apoyo a la infancia, defensoría de animales y al generar una agenda feminista. De esta manera, es recurrente encontrar notas relacionadas con almuerzos con personas sin hogar.

A esta función, Beasley (2005) la reconoce como *emblema nacional* ya que buscan personificar los valores de la sociedad de su nación a través de sus proyectos sociales. Pero el altruismo también queda de relevancia cuando las mujeres adquieren un papel de *consoladoras*, el cual se expone con mayor medida en escenarios de crisis dentro de una nación, ya sea por motivos financieros, de violencia, sanitarias, entre otras, donde esta figura suele ser cubierta al ofrecer apoyo moral al pueblo. La autora ofrece el ejemplo de Laura Bush, quién después de los ataques terroristas del 11 de septiembre, visitó a las víctimas, asistió a los servicios conmemorativos y apareció en televisión nacional para ofrecer consuelo a una nación afectada.

Erickson y Thomson (2012) refieren que la posición política en que se encuentran les permite servir como socias de cambio e influir de manera global. De esta forma, se pueden encontrar noticias donde presiden organizaciones no gubernamentales u otros organismos internacionales para el apoyo a programas comunitarios y de derechos humanos.

La investigación de Colton (2016) encontró que las primeras damas suelen ser encuadradas como *buenas madres de la sociedad civil* en tanto trabajan en organizaciones privadas y voluntariales para temas del ámbito tradicionalmente femenino. Así, el énfasis se centra en una buena madre que desempeña labores de cuidado a nivel nacional e internacional a través de programas sociales, literarios y educativos, tal como una madre fomenta el aprendizaje a sus hijos.

Por tanto, la imagen de una cónyuge presidencial altruista tiene que ver la idea cultural de que, al ser mujer, posee una *conciencia social* innata, por lo que su posición estratégica de poder se vuelve preferente para realizar este tipo de acciones benéficas. (van Wyk, 2017). La tabla 2 muestra que una décima parte de las primeras damas latinoamericanas de las últimas dos décadas, tenían una ocupación relacionada con el trabajo social, voluntariado y activismo, por lo que podrían generar importante cobertura en este encuadre.

2.4 Directora de un organismo o proyecto

Winfield (1997) destaca que las primeras damas también pueden generar una cobertura menos tradicional del papel que culturalmente tiene una mujer. Así, las cónyuges presidenciales generan incidencia por acciones políticas, más que centrarse en la posición típica de la mujer. O'Connor et al. (1996) afirman que ellas pueden adoptar un papel de *legisladoras* cuando juegan una pieza importante en la formulación de políticas, ya sea por encargo del presidente o por perseguir una causa por su propia cuenta.

El encuadre de dirección de un organismo o proyecto se refiere a los cargos protocolares u oficiales que desempeña una Primera Dama desde su oficina o

despacho. Como ya se mencionó, algunos países como Chile, México y República Dominicana les han otorgado históricamente la dirección de un organismo, por lo que los medios desarrollan información relacionada con los informes y planes de trabajo que ellas comunican de manera pública. A las primeras damas de otros países, si bien no se les ofrece la dirección de un organismo, sí cabildean y ejecutan proyectos políticos. El ejemplo más claro es Estados Unidos, donde las últimas tres ex primeras damas han adoptado un proyecto social de ley: Hillary Clinton con su propuesta de reforma de salud, Laura Bush con la alfabetización y Michelle Obama con su proyecto para reducir los índices de obesidad infantil.

Debido a que se salen del canon en el que históricamente se veía a las esposas de los mandatarios, Watson (1997) cataloga como *esposas modernas* a quienes se involucran en la arena pública, al grado de convertirse en una presidenta asociada que asiste a las reuniones de gabinete, encabeza grupos de trabajo y tiene su oficina cerca del gobierno. Los medios, incluso, pueden llegar asociarlas con un poder político superior al del vicepresidente, asesores y secretarios. Por ello, Wekkin (2000) utiliza el título de *copresidenta* cuando la mujer asume un papel prominente en el desarrollo de una legislación, hasta auto colocarse a un nivel similar al del presidente electo.

Beasley (2005) destacó en este rubro la cobertura y funciones realizadas por Lady Bird Johnson, Pat Nixon, Betty Ford y Rosalynn Carter. A las dos primeras les denominó *ayudantes políticas* ya que tuvieron un impacto directo en la legislación y energizaron la posición de las cónyuges presidenciales. Las segundas, ya influenciadas por la ola feminista de los setenta, promovieron sus causas sobre

igualdad entre géneros y asuntos sobre mujeres.

Para Erickson y Thomson (2012) también son parte de este encuadre las notas que enmarcan a las cónyuges presidenciales como *emisarias culturales* y *embajadoras de la buena voluntad*, en tanto cubren actividades que buscan apuntalar las relaciones existentes entre los Estados. Por su parte, Colton (2016) denomina a las mujeres de este rubro como *buenas madres políticas*, debido a que se encuentran en un campo fronterizo entre las acciones tradicionales de una mujer y el campo político. Lo anterior ocurre porque, aunque generan acción política en la arena pública, los temas que defienden continúan en una agenda femenina a través de tópicos de cuidado, ecología e infraestructura. (van Wyk, 2017). En general, se trata de un perfil politizado con una mayor acción en el poder legislativo e informes de gobierno lo que las convierte en portavoces de políticas administrativas.

2.5 Asesora política

Debido a la cercanía que tienen con el presidente, los medios suelen buscar la opinión de las primeras damas en diversos temas, de tal manera que las cubren en su papel como asesora política. Para Kellerman (1978) esta función le permite reducir la carga al presidente, debido a que tiene a una persona confiable que le ayuda a difundir sus políticas, pero también hacia la cual recurrir para consejo. En ese sentido, funcionan como *ayudantes* y *extensiones* del Ejecutivo en tanto se involucran cuando este no puede hacer acto de presencia.

Gutin (1989) denominó a esta función de las primeras damas como *sustitutas políticas* y *defensoras independientes*, las cuales ocupan los reflectores de los medios encargados de política para apoyar proyectos y posicionarse políticamente.

Entre las actividades que O'Connor et al. (1996) encontraron sobre la *primera dama política o representativa* están el discutir políticas, asesorar y ser confidente, declarar preferencias políticas personales, influir en nominaciones y elecciones, asistir a reuniones políticas y cabildear políticas públicas.

Watson (1997) señaló que se tratan de esposas aspiracionales que llegan a considerarse ambiciosas, decididas y liberadas porque están políticamente activas y son importantes personajes detrás de las carreras de sus maridos. Suelen desempeñar funciones como *portavoces presidenciales* en tanto refuerzan al partido político en el poder y están presentes en declaraciones políticas de alta envergadura hechas por su esposo. Wekin (2000) describió a este encuadre como el de una Primera Dama *regente*, la cual genera visibilidad política y es capaz de sustituir a su esposo en actividades públicas.

En ese sentido, Borrelli (2002) explica que una asesora o *socia política* es el encuadre que tiene mayor potencial para traer a la primera dama hacia la esfera pública. Tal como un socio lo hace, comparte información y responsabilidades con el presidente, en una entidad de compromiso y consulta. Además de opinar sobre temas políticos, Winfield y Friedman (2003) incluyen en este rubro noticias acerca de su presencia en reuniones de gabinete y campañas.

Para Beasley (2005), se trata de un encuadre de *polarización*, el cual se relaciona con la manera en que la primera dama genera un diagnóstico del papel tradicional que tiene su título y lo critica hasta deconstruirlo de manera pública. Para la autora, quién más se ha acercado a este encuadre es Hillary Clinton, quién desvió de manera estratégica las críticas hacia su estilo y contestó a quiénes la

acusaron de haber sobrepasado sus límites como pareja presidencial. Se trata de una primera dama que antes de ser ello, era abogada y tenía un perfil político establecido, por lo que aprovechó su posición para generar una oficina junto con la de los asesores de su esposo. Con los mismos antecedentes se encuentra 34% de las primeras damas latinas desde del año 2000 (ver tabla 2), por lo que un abordaje político por parte de los medios es latente.

De acuerdo con Colton (2016), la característica de asesora política genera una independencia de los roles tradicionales de las mujeres, mientras que se suscita una mayor inmersión dentro del ámbito político. Ellas entran a la discusión pública de temáticas consideradas masculinas como seguridad, política exterior, macroeconomía entre otros proyectos. Widlak et al. (2016) explican que este papel de *actora social* ha tenido mayor repercusión en los medios informativos en los últimos años.

Finalmente, para van Wyk (2017) es posible referirse a ellas tanto como *políticas* como *diplomáticas*. En el primer papel, sus acciones cubiertas tienen que ver con generar posiciones políticas, estar presentes en campañas electorales, ser portavoz de la agenda de temas de la administración, presentarse en conferencias de partido y tener ambiciones de un puesto político. En el segundo, hacen acto de presencia como emisarias culturales, diplomáticas y embajadoras de la buena voluntad en diferentes plataformas internacionales.

2.6 Celebridad

Esta categoría no se encuentra enlistada por Winfield (1997), pero es relevante su cobertura, debido que 12% de las cónyuges presidenciales de América

Latina han tenido un acercamiento mediático importante antes de ser primeras damas. Además de ello, los mensajes periodísticos tienen un aspecto cada vez más cercano al *infoentretenimiento*, lo que ha resultado que las noticias que difunden no únicamente se encarguen de temáticas de interés político o de relevancia para el bien social, sino que también funcionan para dar información que entretenga al espectador, aunque esto no propague ideas que puedan ser socialmente útiles (Thussu, 2002). En este tenor, cuando las cónyuges presidenciales son mediatizadas, el foco de atención es solamente por ser famosa, y no por generar discusión política.

Las descripciones de *decoraciones* y *humanizadoras* de Kellerman (1978) entran en esta categoría debido a que son cubiertas por su apariencia, atractivo y figura, mientras que permiten ver la vida particular de la pareja presidencial en su entorno civil. En ambas categorías existe un centro de atención hacia la esfera íntima de la mujer política, tanto en cuerpo como en su relación matrimonial.

Para Gutin (1989), lo anterior ocurre debido a que resulta noticioso para los medios saber más de las mujeres que acompañan al mandatario, por lo que las primeras damas suelen participar en actividades de comunicación y utilizan el recurso de la prensa para discutir sus respectivos proyectos, por lo que les llama *voceras emergentes*.

Algunos datos que los medios valoran como noticiosos de acuerdo con O'Connor et al. (1996) son su nivel educativo, ocupación, cantidad de hijos y edad. Debido a que no es información trascendental para decisiones políticas, se trata de una cobertura que ubica a la primera dama como una famosa, de la cual se quiere

conocer su vida íntima. Borrelli (2002), por otra parte, explicó que su cobertura como celebridad tiene que ver con que ella representa un *símbolo público* en términos de religiosos y administrativos.

Dentro de la investigación de Watson (2000), se clasificó a primeras damas como *figuras públicas y celebridades*. Mientras que Wekkin (2000) denominó a este papel como *cortesana* en tanto ella se esfuerza por estar en el ojo público de acuerdo con sus ambiciones personales.

Winfield y Friedman (2003) sostienen que algunas acciones y características que denotan un encuadre de celebridad es la puntualización hacia su forma de ser cálida, accesible, entusiasmo, valores correctos y personalidad en general. Además, el peinado, postura y vestuario son abordadas en mayor medida por medios *soft news* por lo que también pueden formar parte del *frame* de celebridad.

Para Beasley (2005), el encuadre de celebridad ha sido utilizado en estudios sobre comunicación política para hacer vendible un empaquetado de la pareja presidencial. Los consultores políticos ven como una oportunidad la mezcla entre noticias y entretenimiento para generar estrategias que presenten de forma favorable a las primeras damas que se pueda llegar a impregnar en la reputación de su esposo.

Widlak et al. (2016) explican que la cónyuge presidencial se presenta como *celebridad política* cuando existe una descripción de su figura y su vida privada por el hecho de ser esposa del mandatario. Su posición de poder también le permite tener una mayor cartera de amistades en calidad de estrellas, famosas y celebridades, lo que generaría mayor resonancia en términos mediáticos.

Tabla 3. Propuesta de encuadres noticiosos basada en Winfield (1997)

	Escolta presidenci al	Anfitrion na naciona l	Altruist a	Directora de proyecto	Asesora política	Celebrida d
<i>Kellerman (1978)</i>	Apoyo moral				Extensiones Ayudantes	Decoraciones Humanizadoras
<i>Gutin (1989)</i>		Azafatas sociales con presencia ceremonial			Sustitutas políticas y defensoras	Voceras emergentes
<i>O'Connor et al. (1996)</i>		Rol ceremonial		Legisladora	Política / Representativa	Entorno personal
<i>Watson (1997, 2000)</i>	Esposa y madre Compañera presidencia l	Anfitriona social de la nación Símbolo de la mujer nacional	Paladina Defensora de las causas sociales		Portavoz presidencial Refuerzo del partido político presidencial	Figura pública y celebridad

		Gerente de la casa presidencial			Diplomática	
<i>Wekkin (2000)</i>	Conscripta Escudo			Co-presidenta	Regente Consejera	Cortesana
<i>Borrelli (2002)</i>	Protectora del presidente	Anfitriona de la nación			Socia política	Símbolo público
<i>Winfield y Friedman (2003)</i>	Escolta presidencial	Rol protocolario	Funciones caritativas		Asesora política	Rol protocolario Experiencia
<i>Beasley (2005)</i>		Construcción de Camelot	Emblema nacional	Ayudantes políticas Feministas	Polarizantes	Atracción de medios Apariencia física
<i>Erickson y Thomson (2012)</i>	Administradora de la credibilidad presidencial		Gestora de problemas sociales	Administradora de relaciones internacionales		
<i>Widlak, et al. (2016)</i>	Mujer	Madre			Actora social	Celebridad política
<i>Colton (2016)</i>			Buena madre de la	Buena madre política	Buena ciudadan	

			sociedad civil		a en la política	
<i>van Wyk (2017)</i>	Esposa y maternidad	Ceremonial	Conciencia social	Política pública	Política Diplomática	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3 se muestra de qué manera las teorías sobre las funciones o papeles simbólicos de las primeras damas pueden clasificarse bajo la adaptación de propuesta de encuadres de Winfield (1997). La idea del esquema es reconocer, en la propuesta de la autora, una oportunidad de operacionalización para futuras investigaciones.

3 Antecedentes de investigación sobre el tratamiento periodístico de la figura de la primera dama

El modelo planteado por Winfield (1997) para estudiar los encuadres periodísticos en la información sobre primeras damas ha sido utilizado en otras investigaciones. Uno de los resultados más recurrentes es que cuando son mostradas en roles no tradicionales o políticos, la tonalidad de la noticia es negativa. (Burns, 2004; Wachai, 2005, Butler, 2013; Harmer 2015). De esta manera, la información noticiosa sobre primeras damas que realizan actividades como opinar sobre temas políticos o elaborar y cabildear proyectos de ley presentan verbos, adjetivos y adverbios de corte negativo.

Este comportamiento por parte de los medios parece dar la idea de que la mujer no pertenece al ámbito político, porque solo cuando ellas realizan acciones

como acompañar a su esposo o recibir mandatarios, la noticia se vuelve neutral o positiva. De esta manera, como estrategia política es mejor mostrar mediáticamente a las primeras damas desde roles despolitizados para no generar un tratamiento periodístico desfavorable. (Wachai, 2005).

Otro hallazgo importante al utilizar los encuadres noticiosos es la baja atención de los medios hacia las credenciales políticas de las cónyuges presidenciales. En ese sentido, datos como grados académicos, formación profesional y logros destacados resultaron con menor presencia que número de hijos, valores familiares, vestimenta, trabajo doméstico e ideales personales. (Zeldes, 2009; White, 2011; Butler, 2013; Zamora, Berná y Martínez, 2014).

Debido a que los roles tradicionales tienen un efecto positivo en las noticias y a que las credenciales personales adquieren relevancia, el tratamiento informativo se vuelve trivial. Por ejemplo, Higgins y Smith (2013) encontraron que los encuadres utilizados para cubrir a las esposas de los presidentes de los partidos de Gran Bretaña fueron su vida en pareja, platillos que cocina, embarazos, elección de ropa y diseñadores que la visten donde, incluso, se generó información sobre veredictos hacia cuál era la esposa con mayor estilo.

En este tenor, los trabajos sobre la cobertura de Michelle Obama también destacaron una preocupación de los medios sobre su estilo, debido al uso de vestimenta original y cuyo precio razonable estaba disponible para una gran cantidad de mujeres (Matthews, Chaney y Opiri, 2015). Además, se cubría la información relacionada con el contacto que creó con las familias de militares para

escuchar las historias de mujeres y hombres que lucharon durante las guerras. (Smith y Carlin, 2016).

Widlak (2016) destacó que estos aspectos triviales se encuentran principalmente en tabloides y prensa de espectáculos, que buscan la cara de la primera dama como ejemplo de estilo para las mujeres del país. Ante esto, Stoltz (2013) afirmó que se trata de una mirada sexista, en tanto que, aunque la primera dama establezca una posición política, los medios buscan este foco trivial. La autora ejemplifica con el caso de Pat Nixon, quien defendió durante la convención republicana el acceso a cargos políticos de las mujeres y las nominaciones femeninas a la Suprema Corte; mientras que la cobertura mediática se dejó deslumbrar por su figura elegante y prototípica de la mujer americana que “podría ser presidenta de una asociación de buenas madres y amas de casa” (p. 815).

Por otra parte, los estudios destacaron que la información mediática de las primeras damas tiene la intención de humanizar al presidente. Zamora, Berná y Martínez (2014) explican cómo los discursos vertidos por Michelle Obama y Ann Romney tienen la intención evidenciar los valores, dimensión humana, personalidad, ideales de trabajos y eficiencia de sus esposos a través de declaraciones despolitizadas y emocionales. De esta manera, la actitud de las cónyuges presidenciales parece ser el de promover imágenes positivas para sus esposos, así como usar su voz para contrarrestar los comentarios negativos que hayan surgido o que puedan surgir. En ese sentido, la tendencia es que las mujeres cuentan historias sobre el otro, mientras que los hombres sobre ellos mismos y sus acciones.

Sobre el contexto que rodea a la información noticiosa, se ha sostenido que medios surgidos en países con democracias más consolidadas tienden a presentar a las cónyuges presidenciales en roles politizados (Kalyango y Winfield, 2009). Además, Macmanus y Quecan (2008) sostienen que las primeras damas aparecen en un momento, espacio, audiencia y eventos dados como escenarios controvertidos y en tiempos cercanos a la elección en la que participa el partido de su esposo.

Otro tipo de contexto es el encontrado por Harmer (2015), quien asegura, en su exploración a lo largo del tiempo, que las esposas de los mandatarios eran cubiertas como políticamente activas en el pasado, mientras que ahora la práctica es hacia mostrarlas desde su vida personal. Kuipers (2015), por su parte, afirma que la agenda de las primeras damas depende de cómo esté conformada la agenda del presidente, no para utilizar los mismos tópicos, sino al contrario, para encargarse de otros temas, en orden de complementarlos, diversificarlos o alternarlos.

En otro sentido, es relevante destacar que el nivel de politización o despolitización presente en las noticias depende también del personaje específico a que se haga referencia. Marshall (2008) encontró que a pesar de que Hillary Clinton y Marilyn Quayle tenían una formación similar en cuanto a abogacía y política, la cobertura de la primera fue diametralmente más politizada que la segunda. De la misma forma, Shoop (2010) halló que las tres aspirantes a primera dama en las elecciones de 2008 en Estados Unidos presentaron encuadres noticiosos diferentes. Así, una primera dama puede ser cubierta por los medios tan moderna como tradicional sin importar que su predecesora haya sido politizada o despolitizada por

la prensa. (Karlsdóttir, 2015; Colton, 2016).

El foco en los roles tradicionales o políticos también dependerá de la fuente de información principal. Li (2015) investigó la cobertura hacia la visita de Michelle Obama como Primera Dama a China, donde el tratamiento de los medios estadounidenses se refirió la encuadró de manera despolitizada, mientras que la prensa china lo hizo de forma politizada. Lo anterior ocurrió debido a que los primeros retomaron la noticia como una visita a la que Michelle acudió como sustituta de su esposo, mientras que los segundos como una visita de Estado formal. Asimismo, Mortensen (2015) detectó que la información que surge desde la Casa Blanca tiende a ser más ceremonial que la publicada por los medios de información.

Por último, es relevante referir que existen investigaciones que han encontrado que el papel político de las primeras damas cada vez toma mayor relevancia en la información periodística. De esta forma, se ha referido un equilibrio mediático entre la representación mediática de ellas tanto como por su papel de mujeres, como el de políticas (Shah, 2015; Mortensen, 2015).

4 Instrumento para el análisis del tratamiento informativo hacia primeras damas

Para finalizar este trabajo, se realizó la tabla 4 basada en el modelo del *framing*, el cual, de acuerdo con McCombs y Ghanem (2001), se trata un análisis del tratamiento informativo en el que se evidencian las ideas que son remarcadas con mayor frecuencia y, por tanto, que son susceptibles a ser percibidas de manera más efectiva por las audiencias. Dichas ideas se denominan atributos o *frames* y se

tratan de palabras claves que producen significados sobre un tema que, en su conjunto, producen diferentes formas de ver la realidad (Aruguete, 2011). Así, Entman (1993) sostiene que la ausencia o presencia reiterada de dichos *frames* producirá una manera específica de abordar el fenómeno.

La tabla presenta a los seis encuadres que se analizaron previamente. Cada uno de ellos presenta un conjunto de acciones o atributos que pueden ser utilizados en posteriores investigaciones para evaluar cómo es la presentación informativa que los medios realizan sobre una primera dama en específico. La selección de estas acciones se realizó de manera deductiva de acuerdo con la clasificación de Igartua y Humanes (2004), es decir, se definieron a través de las investigaciones y antecedentes que se han descrito en las primeras tres partes de este artículo. Se trata de un modelo similar al utilizado por Igartua, Muñiz y Cheng (2005).

Además de describir esos atributos, la tabla 4 clasifica en politizadas y despolitizadas las acciones de las primeras damas de acuerdo con los encuadres noticiosos creados. Se dice que una acción es despolitizada cuando esta no va más allá de un papel decorativo dentro de las funciones, esto es, no genera una importancia en términos de ideas, propuestas y leyes políticas. El encuadre cuyas acciones permanecen meramente despolitizadas es el de *anfitriona nacional*, el cual resultó con mayor incidencia en la información noticiosa analizada por Wachai (2005), Li (2015) y Karlsdóttir (2015) acerca de Laura Bush y Michelle Obama.

Otro encuadre despolitizado es el de *celebridad*, el cual solamente podría politizarse cuando se publican perfiles en notas suaves o *soft news* sobre las credenciales profesionales de las cónyuges. Fuera de ello, la tendencia en el

encuadre es el de trivializar sus funciones, como lo demuestran los trabajos de Shoop (2010), White (2011), Butler (2013), Higgins y Smith (2013), Stoltz (2013), Zamora, Berná y Martínez (2014), Harmer (2015), Li (2015), Matthews, Chaney y Opiri (2015), Smith y Carlin (2016) y Widlak (2016).

El marco noticioso de *altruista* queda despolitizado cuando las cónyuges presidenciales realizan acciones caritativas para organizaciones privadas externas a cualquier partido político, esto es, que no persiguen fines político-electorales. El encuadre se politiza cuando se velan por derechos humanos y aspectos sociales a nivel internacional y por medio de organismos políticos. Tal marco ha tenido presencia significativa en los mensajes periodísticos que abordan a Laura Bush (Wachai, 2005), Cindy McCain (Shoop, 2010), Michelle Obama (Smith y Carlin, 2016) y las esposas de los presidentes de partido de Gran Bretaña (Higgins y Smith, 2013).

El *frame* de *escolta presidencial* presenta poco apego a la esfera política cuando la cónyuge presidencial solo acompaña al mandatario; sin embargo, puede poseer un enfoque político cuando esta defiende las decisiones políticas de su marido como lo demuestran los artículos citados anteriormente (Wachai, 2005; Zeldes, 2009; Shoop, 2010; White, 2011; Stoltz, 2013; Maj, 2016).

Tabla 4. Acciones que describen los encuadres noticiosos en la cobertura de primeras damas de acuerdo con grado de politización.

Encuadres	Acciones despolitizadas	Acciones politizadas tradicionales	Acciones politizadas no tradicionales
<i>Escolta presidencial</i>	<p>Acompaña a su esposo en actos públicos.</p> <p>Explica sus quehaceres domésticos.</p> <p>Informa sobre el estado de salud del presidente.</p> <p>Describe el equilibrio entre sus labores domésticas y funciones públicas.</p>	<p>Apoya a su esposo en decisiones de gran impacto.</p> <p>Defiende posiciones políticas de su esposo.</p>	
<i>Anfitriona nacional</i>	<p>Recibe y atiende a mandatarios externos.</p> <p>Organiza cenas y eventos en la casa presidencial.</p> <p>Muestra personalidad empática y de servicio.</p> <p>Asiste, de forma pasiva, a eventos públicos, cumbres, foros, entre otros, sin ofrecer una postura política.</p>		

<i>Altruista</i>	<p>Ofrece apoyo financiero y moral a causas sociales.</p> <p>Colabora para organizaciones privadas y sin fines de lucro.</p> <p>Visita y platica con grupos marginados.</p> <p>Recolecta y entrega recursos.</p>	<p>Apoya a organizaciones nacionales e internacionales sobre derechos humanos.</p>	
<i>Directora de proyecto</i>		<p>Encabeza grupos de trabajo del organismo o proyecto social que dirige.</p> <p>Promueve la igualdad de género en asuntos sobre mujeres.</p> <p>Presenta resultados y avances de su proyecto.</p>	<p>Desarrolla legislación acerca de un proyecto social.</p> <p>Cabildea apoyos políticos a su plataforma.</p>
<i>Asesora política</i>		<p>Sustituye a su esposo en actividades públicas</p> <p>Realiza campaña a favor de candidatos oficialistas.</p> <p>Se presenta en conferencias del partido al que pertenece.</p>	<p>Expresa su opinión personal, crítica o consejo sobre un tema político.</p> <p>Se presenta en reuniones de gabinete.</p>

			<p>Muestra interés por un puesto político.</p> <p>Visita otros países en calidad de diplomática.</p> <p>Recibe y contesta críticas hacia su plataforma política (polarización).</p>
<i>Celebridad</i>	<p>Se utiliza su nombre para introducir a una tercera persona.</p> <p>Cobertura hacia su apariencia física, atractivo y figura.</p> <p>Se encuentra rodeada de estrellas famosas y celebridades.</p> <p>Es allegada al personaje de la nota principal.</p> <p>Expone su vida íntima con el fin de humanizar a su esposo (casa, hijos, relación).</p>	<p>Se realizan perfiles sobre las credenciales académicas y políticas para desempeñar el puesto.</p>	

	Asiste a eventos artísticos y culturales como conciertos, obras, exposiciones obras y museos.		
--	---	--	--

Fuente: elaboración propia

Las acciones politizadas de la tabla 4 se dividen en dos rubros. El primero son las acciones en el ámbito tradicional o femenino que tiene que ver con la manera en que una mujer genera opinión política sobre temas únicamente sociales, pero también cuando funcionan como portavoces para apoyar las decisiones de alguien más. En ese sentido, el ser *directora de proyecto* se clasifica mayormente en el ámbito tradicional en tanto las primeras damas tienden a adaptar proyectos políticos del ámbito social como lo demuestra el trabajo de Shah (2015). Sin embargo, tienen un foco menos tradicional cuando el proyecto las lleva a generar una estrategia política al cabildear y legislar para que dicha idea sea convertida en ley.

En la línea anterior, los aspectos no tradicionales de las acciones politizadas tendrán que ver con la iniciativa de la mujer de intervenir de forma activa en la política, bajo temas de defensa de la soberanía, pero también al contestar de manera confrontativa a sus detractores. El encuadre de *asesora política* es el que más acciones tiene en este rubro, aunque pueden ser enmarcadas como tradicionales cuando sus acciones solo se realizan en sustitución de alguien más.

Wachai (2005), Macmanus y Quecan (2008) Kalyango y Winfield (2009), Shoop (2010), Butler (2013), Karlsdóttir (2015), Kuipers (2015), Li (2015), Mortensen (2015) y Shah (2015) describen en sus artículos un porcentaje relevante de cobertura politizada para las primeras damas.

5 A manera de cierre

El trabajo presentó información teórica sobre cuáles son las funciones no oficiales de las primeras damas y de qué manera suelen ser abordadas por los medios. Con esta información, se creó un instrumento desde el cual se puede valorar el tipo de cobertura con base en seis encuadres noticiosos, cada uno con ciertos comportamientos que suelen ser reiterados en los mensajes periodísticos de cualquier formato.

A manera de conclusión, el trabajo también plantea como importante el contexto en el que se desarrolla el abordaje al analizar a las cónyuges presidenciales. De acuerdo con Eksterowicz y Roberts (2004), en el tipo de encuadre que registra una primera dama intervendrán sus antecedentes personales, la disponibilidad de recursos para sus proyectos y si el cargo es protocolar u oficial. Mientras que Finneman y Thomas (2014) proponen estudiar el papel de las cónyuges presidenciales con ayuda de la coyuntura y cultura de la nación que representan debido a que le pueden llegar a otorgar una figura idealizada de cómo debe ser y comportarse la mujer nacional.

Guerrero Valencia (2015) describe que en América Latina existe un factor cultural que asocia a la maternidad como un símbolo potente que es reforzado por instituciones poderosas, principalmente la Iglesia católica. Debido a esta

construcción política del género, los programas políticos de las primeras damas están sujetos a temas relacionados con la mujer, la familia y los niños. Mayo (2000) coincide con lo anterior y sostiene que dichas responsabilidades tienen impregnadas la domesticidad tradicional y las expectativas de acuerdo con su género basadas, principalmente, en su esfera privada.

Por otro lado, se debe valorar cuál podría ser el fin que persigue la oficina presidencial a través de la figura de la primera dama. Bajo esta línea Smith (1997) señala que en comunicación política existen ventajas de que la cónyuge presidencial dedique su tiempo a funciones públicas y políticas. Ejemplo de ello es el hecho de participar en la disuasión de situaciones tensas, donde existen grupos en conflicto. La participación de una primera dama en estos escenarios beneficia al presidente porque tratará de resolver la problemática sin poner en riesgo la popularidad del mandatario. De esta manera, es importante contextualizar si el encuadre noticioso al que se asemeja obedece a cierta estrategia política.

Por tanto, debido al peso que tiene el contexto y la estrategia política, se propone que la clasificación de encuadres que se presentó en este trabajo permanezca abierto a la entrada de nuevos encuadres y atributos. Pero también esta apertura se debe reflejar en la combinación con otras variables para analizar el mensaje. Por ejemplo, durante la presentación de los antecedentes de investigación se evidenció la necesidad de analizar la tonalidad de la noticia. (Burns, 2004; Wachai, 2005; Butler, 2013; Harmer, 2015).

Es recomendable también analizar variables que verifiquen si las primeras damas son abordadas desde ellas mismas, o a través de su esposo. Lo anterior se

puede realizar a través de la forma en la que las que son nombradas o introducidas en el mensaje, es decir, si lo hacen desde su apellido de soltera o casada, o si la llaman señora o por un título profesional, entre otras. Se recomienda también un análisis de la agenda de las primeras damas que se pueda contrastar con el de su esposo en orden de reconocer si se tratan de temas propios o compartidos con el mandatario.

En cuanto al tipo de mensajes comunicativos, el instrumento está diseñado para los productos periodísticos orales o escritos; sin embargo, puede enriquecerse y adaptarse para un análisis semiótico en fotografías y videos.

Referencias

- Aruguete, N. (2011). *Framing*. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, 15(1), 67-80. Recuperado de <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/52/pdf>
- Beasley, M. H. (2005). *First Ladies and the Press. The Unfinished Partnership of the Media Age* Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Borrelli, M. (2002). Telling it slant: gender roles, power, and narrative style in the first ladies' autobiographies. *Sex Roles*, 47(7-8), 355-370. Recuperado de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023/A:1021483131794.pdf>
- Burns, L. (2004). *First Ladies as Political Women: Press Framing of Presidential Wives, 1900-2001*. (Tesis doctoral). University of Maryland, College Park, MD.
- Butler, J. E. (2013). *Professional First Ladies In the Media: Framing Of Clinton, Bush, and Obama In the Washington Post* (Tesis de licenciatura). The University of Southern Mississippi: Mississippi, MS.
- Colton, J. (2016). *The First Lady of the United States: A Traditional Role in the Modern Era* (Tesis de licenciatura). Duke University, Durham, NC.
- Eksterowicz, A. J., & Roberts, R. N. (2008). First ladies: constitutional and job description problems?. *Politics & Policy*, 32(3), 412-433. doi: 10.1111/j.1747-1346.2004.tb00190.x
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Erickson, K., & Thomson, S. (2012). First Lady international diplomacy: performing gendered roles on the world stage. *Southern Communication Journal*, 77(3), 239-262. doi: 10.1080/1041794X.2011.647502
- Finneman, T., & Thomas, R. J. (2014). First ladies in permanent conjuncture: Grace Coolidge and 'great' American womanhood in the New York Times. *Women's Studies in Communication*, 37(2), 220-236. doi: 10.1080/07491409.2014.911232

- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. Nueva York: NY: Harper Press.
- Guerrero Valencia, C. (2015). Una mirada al rol de la Primera Dama en América Latina. *Hispanorama* (150), 54-59. Recuperado de https://www.academia.edu/19098121/Una_mirada_al_rol_de_la_Primer_Dama_en_América_Latina
- Gutin, M. G. (1989). *The President's Partner: The First Lady in the Twentieth Century*. Nueva York, NY: Praeger.
- Harmer, E. (2015). Public to private and back again: the role of politicians' wives in British election campaign coverage. *Feminist Media Studies*, 16(5), 852-868. doi: 10.1080/14680777.2015.1105841
- Higgins, M., & Smith, A. (2013). 'My husband; my hero': selling the political spouses in the 2010 general election. *Journal of Political Marketing*, 12(2-3), 197-210. doi: 10.1080/15377857.2013.781473
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2004). *Teoría e Investigación en Comunicación Social*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española: Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*, 17, 143-181. Recuperado de: <http://diarium.usal.es/jigartua/files/2012/07/Igartua-et-al-Migraciones-2005.pdf>
- Kalyango, Y., & Winfield, B. (2009). Rhetorical media framing of two first lady political candidates across cultures. *Global Media Journal*, 8(15), Recuperado de <http://www.globalmediajournal.com/open-access/rhetorical-media-framing-of-two-first-lady-political-candidates-across-cultures.pdf>.
- Karlsdóttir, K. S. (2015). *The National Grandmother, the Co-President and the "Mom-in-Chief": Defining the Role and Characteristics of the "Typical" First Lady*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Islandia: Reikiavik, Islandia.
- Kellerman, B. (1978). The political functions of the presidential family. *Presidential Studies Quarterly*, 8(3), 303-318. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27547410>

- Kuipers, G. (2015). *From Wife to Presidential Partner: The Policy Agenda of the First Lady of the United States*. (Tesis de Maestría). Leiden University: Leiden, Países Bajos.
- Li, S. (2015). *A Cross-national Comparison of News Coverage of Michelle Obama's Visit to China in American and Chinese Media*. (Tesis de maestría), Iowa State University, Ames, IA.
- MacManus, S. A., & Quecan, A. F. (2008). Spouses as campaign surrogates: strategic appearances by presidential and vice presidential candidates' wives in the 2004 election. *PS: Political Science & Politics*, 41(2), 337-348. doi: 10.1017/S1049096508080529
- Maj, E. (2016). Two oral histories of the two first ladies: Jacqueline Kennedy and Lady Bird Johnson. *Studia Angelica Posnaniensia*, 50(2-3), 175-188. doi: 10.1515/stap-2015-0031
- Marshall, S. E. (2008). Marilyn vs. Hillary: women's place in new right politics. *Women & Politics*, 16(1), 55-75. doi: 10.1300/J014v16n01_03
- Matthews, D., Chaney, C., & Opiri, J. A. (2015). The Michelle Obama influence: an exploration of the first lady's fashion, style, and impact on women. *Fashion and Textiles*, 2(1). doi: 10.1186/s40691-015-0050-9
- Mayo, E. P. (2000). Party politics: the political impact of the first ladies' social role. *The Social Science Journal*, 37(4), 577-590. doi: 10.1016/S0362-3319(00)00097-5
- McCombs, M., & Ghanem, S. (2001). The convergence of agenda setting and framing. En S. Reese, O. Gandy Jr., & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life. Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (pp. 67-82). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mortensen, T. (2015). Visually assessing the First Lady in a digital age: study of Michelle Obama as portrayed by journalists and the White House. *Journal of Women, Politics & Policy*, 36(1), 43-67. doi: 10.1080/1554477X.2015.985152
- O'Connor, K., Nye, B., & Van Assendelft, L. (1996). Wives in the White House: the political influence of first ladies. *Presidential Studies Quarterly*, 26(3), 835-

853. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27551636>
- Rosebush, J. S. (1988). *First Lady, Public Wife*. Lanham, MD: Madison Brooks.
- Shah, S. (2015). *First Ladies in the Press: Analysis of New York Times coverage of Hillary Clinton, Laura Bush, and Michelle Obama*. (Tesis de honor), Syracuse University: Syracuse, NY.
- Shoop, T. J. (2010). From Professionals to Potential First Ladies: How Newspapers Told the Stories of Cindy McCain and Michelle Obama. *Sex Roles*, 63(11), 807-819. doi: 10.1007/s11199-010-9858-3
- Smith, K. (1997). The First Lady represents America: Rosalynn Carter un South America. *Presidential Studies Quarterly*, 27(3), 540-548. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27551767>
- Smith, N. K., & Carlin, D. B. (2016). First Lady Michelle Obama: the american dream endures. En K. A. S. Sibley (Ed.), *A Companion to First Ladies* (pp. 677-695). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Stoltz, E. A. (2013). "Beyond the pillow talk: how gender, media and politics shape the role and legacy of first ladies, 1961-2012". Paper presented at the *The National Conference on Undergraduate Research (NCUR)*, La Crosse, WI.
- Thussu, D. K. (2002). *News as Entertainment*. Londres, Reino Unido: SAGE.
- van Wyk, J.-A. (2017). The first ladies of Southern Africa: trophies or trailblazers?. *Politikon*, 44(1), 157-172. doi: 10.1080/02589346.2017.1279804
- VanHorn, A. M. (2010). *Candidate Wives: Spouses as Strategic Surrogates on the Presidential Campaign Trail* (Tesis doctoral). Purdue University, Lafayette, IN.
- Wachai, J. N. (2005). *Journalistic Gender Stereotyping of First Ladies Laura Bush and Hillary Clinton*. (Tesis de maestría). Egerton University: Njoro, Kenia.
- Watson, R. P. (1997). The First Lady reconsidered: presidential partner and political institution. *Presidential Studies Quarterly*, 27(4), 805-818. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27551802>
- Watson, R. P. (2000). *The Presidents' Wives: Reassessing the Office of First Lady*. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.

- White, K. L. (2011). Michelle Obama: redefining the (White) House-wife. *Thirdspace*, 10(1). Recuperado de <http://journals.sfu.ca/thirdspace/index.php/journal/article/view/white>
- Widlak, E. (2016). *The First Lady: From the Kitchen to the Podium. How the gender equality revolution and the media forged a new political actor in democratic systems*. (Doctorado en Comunicación), Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.
- Winfield, B. H. (1997). The First Lady, political power and the media: who elected her anyway?. En P. Norris (Ed.), *Women, Media, and Politics*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Winfield, B. H., & Friedman, B. (2003). Gender politics: news coverage of the candidates' wives in campaign 2000. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 548-566. doi: 10.1177/107769900308000305
- Zamora Medina, R., Berná Sicilia, C., & Martínez Martínez, H. (2014). La retórica emocional de la esposa del candidato: análisis lingüístico de los discursos de Michelle Obama y Ann Romney. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 20(1), 585-612. doi: 10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45250
- Zeldes, G. A. (2009). Maverick, Escort or Style Setter - TV News Framing of Candidates' Spouses During the 2004 and 2008 Presidential Elections. *Electronic News*, 3(4), 193-213. doi: 10.1080/19312430903300012